

FORMAÇÃO DA MARGEM DE LUCRO PARA MARKUP ATRAVÉS DA RENTABILIDADE DE UM ATIVO

Matheus Almeida de Jesus¹

¹ Acadêmico do curso de Ciências Contábeis da Faculdade Brasileira – Multivix.

RESUMO

Entender o processo de formação de preço de venda é um passo importante na rotina financeira das empresas, já que uma precificação adequada garante um bom custo de venda praticado. O cálculo aqui utilizado é o método Dupont, importante instrumento de controladoria financeira que consiste na convergência dos elementos de lucratividade do processo de venda da empresa somada à produtividade do capital, o giro do ativo. Dessa forma, a margem de lucro no Markup é apurada de maneira mais eficaz a garantir ganhos financeiros para empresa, na remuneração do capital investido.

Palavras-chave: Lucro. Markup. Controladoria.

ABSTRACT

Understanding the process of Markup is one step Important in the financial routine of business, a proper pricing ensures a good cost practiced sale. The calculation here used is the Dupont method, a important financial accounting tool which consists of the convergence of the company's sales process profitability elements added to the productivity of the capital, turning the active. In this way, the Markup is accurate in the way more effective to ensure financial gains company and the remuneration to capital invested.

Keywords: Profit. Markup. Controllershship.

INTRODUÇÃO

A perspectiva da margem de lucro de venda resultante sobre o capital investido é tema de muitos estudos e análises para otimizar a saúde financeira das corporações. A presente pesquisa se expressa pela fórmula de análise de rentabilidade, o Método Dupont, que nada mais é que a convergência dos elementos de lucratividade do processo de venda da empresa somada à produtividade do capital empregado, o giro do ativo.

Segundo Padovez (2007, p. 390) “quanto maior o giro, maior será a produtividade e também o potencial de geração de lucros”, assim este cálculo expressa a eficiência no uso dos ativos da empresa, que será usado para compreender e maximizar a margem de lucro do markup.

Ao compreender essa metodologia de cálculo é possível apurar o giro do ativo e sua rentabilidade na perspectiva de condições normais e estáveis de operação através do preço de venda formado por um faturamento normativo, isto é, padrão, e em consequência aumentar a margem de lucro apurada na operação.

A rentabilidade do ativo se considerados o lucro e o ativo operacional, traz à pesquisa quer a margem de lucro desejada na formação do preço de venda ao propor dois métodos de Markup presentes na literatura de referência na qual se baseará o artigo. Os objetivos deste artigo são encontrar a rentabilidade líquida de um ativo, conhecer a formação do preço de venda pautada em

faturamento normativo ou padrão. Além de determinar a margem de lucro considerando o lucro operacional, para por fim determinar a margem de lucro na formação do preço de venda. Para estes objetivos a metodologia da presente pesquisa é qualitativa, descritiva e bibliográfica.

DESENVOLVIMENTO

A formação de preços de venda está relacionada à uma determinação precisa e eficiente, muito além de apurar custos e acrescentar uma margem de lucro. Alguns pontos precisam ser levados em conta, tais como: a distribuição dos custos comuns entre produtos e serviços, a inclusão de todos os custos de oportunidade, visando o retorno do investimento, a tributação como parte integrante deste valor, e o volume de produção para cálculo do custo unitário baseado na capacidade produtiva. Dessa forma, se entende que o processo de formação de preços é abrangente, o que o faz necessitar de atenção especial quanto à forma de precificação. Vejamos abaixo um exemplo de Método simples de precificação para melhor compreender as etapas do processo de *Markup*.

Chega-se então ao Método Simplificado de Formação de Preço de Venda ao calcular mais simploriamente o Preço de venda deve-se levar em consideração: 1) a apuração do custo do objeto precificado, ao verificar os custos diretos e indiretos; 2) o cálculo dos tributos; os impostos incidentes ao objeto são também incluídos na soma do preço pelo modo simples; 3) uma boa determinação da margem de lucro. Esse último aspecto, em especial, é o que garantirá no futuro, curto ou médio prazo, o retorno sobre o capital empregado no resultante da precificação.

Uma boa determinação de lucro oferece mais certeza de remuneração e maximização do processo produtivo. Analisando de maneira mais crítica e pormenor o que compõe a precificação no método simples temos os custos diretos e indiretos na formação do preço.

Os impostos incidentes sobre o objeto precificado se classificam pelas cargas tributárias incidentes na produção, e também no processo de venda do produto ou serviço. Borges (2014) explica ainda o conceito de margem de lucro como formadora do preço de venda, o que denominamos *Markup*:

A margem de lucro ou *markup* corresponde ao percentual a ser acrescido ao custo unitário de modo a produzir a meta de retorno estabelecida para o capital próprio. A margem de lucro também pode ser calculada de modo a gerar um determinado valor de lucro mensal ou anual.

A margem de lucro ou *markup* corresponde ao percentual a ser acrescido ao custo unitário de modo a produzir a meta de retorno estabelecida para o capital próprio. A margem de lucro também pode ser calculada de modo a gerar um determinado valor de lucro mensal ou anual. Assim, pelo método simples é possível já apurar uma margem de lucro sobre a precificação do objeto. De maneira específica, o objetivo do cálculo do preço de vendas é entender o quanto aquele capital investido pode ser recuperado, ou remunerado, e qual taxa de lucro operacional o faz. Para tal, de maneira mais abrangente e pormenor temos o *Markup*, técnica de precificação de venda e objeto de estudo desta pesquisa.

Markup e Preço de Venda Calculado (PVC)

O cálculo pelo *Markup* é feito através da rentabilidade do ativo, ao dividir o Lucro Operacional pelo Ativo Operacional. Padoveze (2007, p. 390) explica que ao considerar os elementos do método Dupont (fórmula de análise de rentabilidade) essa se decompõe e se tem a rentabilidade do ativo pela multiplicação do Giro do Ativo pela Margem operacional.

Assim a criação de valor será feita na formação do preço de venda ao incorporar ao *Markup* a margem operacional do ativo. Segundo Assaf (2008) é essa junção que resultará na remuneração do capital, quer seja ele próprio ou de terceiros. Temos portanto, que a técnica de formação de preço de venda deve também levar em conta a remuneração que se espera ao investimento, independente de sua origem, o que leva ao ponto chave da presente pesquisa: a afiação da margem de lucro desejado considerando a rentabilidade do ativo de giro, enquanto lucro operacional da empresa.

Para Padoveze (2007, p 394) a construção da Margem de Lucro no Markup passa pelos seguintes pontos:

Somatório dos percentuais-padrão de despesas operacionais + custo em si + preço de venda antes do imposto + obetenção do markup com impostos prontos. Assim, os preços de venda são formados a partir do custo de abosorção de cada ponto.

Após elaborado o preço de venda se encontra o Preço de Venda Calculado (PVC) que ainda segundo Padoveze (2007, p 393) é o valor que a empresa deseja obter para atingir suas metas de retorno do investimento, atingindo assim, a Margem de Lucro através do Ativo.

CONCLUSÃO

O presente trabalho demonstrou a necessidade de uma boa precificação para obter margem de lucro como resultado das operações de venda. Observou-se a metodologia proposta, bem como os parâmetros como base de cálculo apurados. Concluiu-se que a margem de lucro pode ser alcançada de maneira mais satisfatória e ótima para o bom desempenho da empresa através da rentabilidade realizada de maneira eficaz ao desenvolvimento financeiro da empresa.

REFERÊNCIAS

- ASSAF, Alexandre. **Financas Corporativas e Valor**. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- BORGES, Leandro. **Custos Diretos e Indiretos**. Disponível em <http://blog.luz.vc/o-que-e/diferenca-entre-custos-diretos-e-indiretos>. Acesso em 02 de setembro de 2016.
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 12ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.
- GONÇALVES, Wendell. **Modelagem Financeira para Cálculo do Valor Econômico de uma Empresa de Serviços Logísticos**. Monografia (Graduação) – Universidade de São Paulo. São Paulo, 2010.
- IUDÍCIUS, Sérgio de (Org). **Contabilidade Introdutória**: Equipe de professores da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. 11ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 10ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MATARAZZO, Dante. **Análise Financeira de Balanços**: Abordagem Gerencial. 7ª Ed. São Paulo, Atlas: 2010.

PADOVEZE, Clovis L. **Controladoria Estratégica e Operacional**. 2ª Ed. São Paulo: Thompsons Learning, 2007.

SILVA, J.P. **Análise Financeira de Empresas**. São Paulo, Atlas, 2007.